

商业及经济伦理

第一课：商业社会与规范理论

商业及经济伦理是以道德判断来探究一些行为或制度的合理性，范围涉及：

- ◇ 经济制度
- ◇ 组织¹的商业行为
- ◇ 个人行为
- ◇ 组织的权利和社会责任
- ◇ 个人的权利和社会责任

I 目的

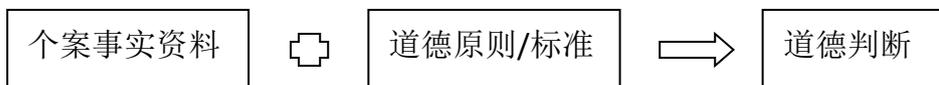
商业及经济伦理旨在影响有关组织，希望令其行为更能合符道德规条。

II 商业活动的道德判断

要判断商业活动是否符合道德，可以根据道德原则，采用两大类的方法：第一类是对某特定行为作出是非与对错判断，称为行为理论，包括后果论(目的论)和义务论；第二类是有关个人或机构的价值观和美德理论(价值论)。

道德判断的方法 — 示例

要作出一个有效的道德判断，我们需要了解：



以某健身中心职员强迫顾客购买无效的健身套票为例，如果我们要作出一个有效的道德判断，我们需要：

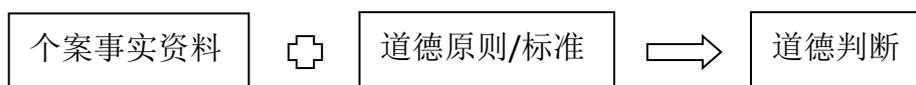
¹ 包括企业管理层、员工、供应商、分销商、政府机构和监管机构等

a. 了解个案事实资料



- ◇ 事情的经过
- ◇ 健身中心的销售指引
- ◇ 相关的法律条文

b. 审察个人与社会相关的道德原则/标准(与商业伦理学相关的理论)

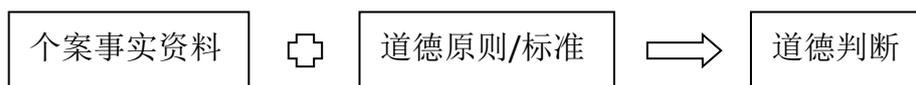


以规范伦理学的理论来讨论：

- ◇ 目的论/效益主义（是否存在效益？）
- ◇ 义务论（有否尊重或侵犯个人的权利？个人有否负起应有的责任？）
- ◇ 价值论（健身中心职员的品格有问题吗？）

我们也可以运用针对商业伦理的理论来讨论：

- ◇ 社会契约论（企业有否履行自己的契约责任？）
- ◇ 公义论（企业的做法合符公义吗？）
- ◇ 持份者理论（企业有否顾及持份者的利益？）



怎样作出一个合理的道德判断：

- ◇ 企业或职员有否违法？
- ◇ 企业或职员的行为有错吗？
- ◇ 职员的品格是高还是低？
- ◇ 企业的道德水平如何？

III 社会上较普遍的商业伦理问题

5个常见的商业伦理问题包括：**贿赂、胁迫、欺骗、偷窃和歧视。**

消费者或服务使用者	企业内的雇主、雇员	市场支援，例如：研究人员
礼物、馈赠、贿赂、应召女郎	贿赂	调查的真实性
价格歧视；不合理定价	公正	公平对待外部客户
虚假广告	诚实	调查保密性
各种不正当的竞争行为	价格	营销综合及社会问题
欺骗顾客；不正当信用行为；过度推销	产品	人事问题
竞争者之间串通价格	人事	公平对待被访者
签订和履行合同中的不诚实行为	保密	公平对待企业内部的其他人士
对待雇员不公平；雇用期间的歧视行为	广告	被访者不诚实
其他	数据操作 采购	礼物，贿赂和娱乐招待 公平对待供应商 滥用资金

表 1 不同持份者可能遇到的商业伦理问题

某些商业行为被界定为不道德的原因，在于它们限制了行为的自由，违反了义务论界定的基本权利和义务，造成不准确或具有欺骗成分的资料，令产品和服务衍生不良的额外投资，结果导致社会整体的生产成本增加。根据后果论而言，那也属于不道德的行为。

行为	个案
贿赂	食品店店员收受水货客贿赂，违反每人只限买 3 罐奶粉的规定，把店内的奶粉全部卖给他们，令有需要的人买不到所需的奶粉。
胁迫	某顾客在美容健身院中，身份证被员工借机取去后不还，并遭 4 名员工连环游说，直至签下 4 万元无实际需要的健身套餐才得以离去。
欺骗	某内地人到一间电器店购买相机，店员欺骗他买了一个有防震功能的镜头，价值约 2 万元，该顾客返回酒店后才发现被骗。
偷窃	某顾客在水疗店卧着接受疗程时，职员要求该顾客付款 3000 元，并取去其提款卡，要求顾客在他们面前输入密码，并乘顾客不为意的时候提取总共 2 万 5000 元。
不公平、歧视	小型零食店以低于市价售卖即食面，大型超市就此向供应商投诉，供应商要求小型零食店加价被拒，供应商便停止供货。

表 2 示例

行为	对决策者的影响	行为产生的结果
贿赂	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 不劳而获的个人收益 ◇ 改变决策的选择 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 成本增加 ◇ 服务品质下降 ◇ 对其他竞争者不公平 ◇ 打击法治
胁迫	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 害怕迫害 ◇ 非意愿选择服务或产品 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 成本增加 ◇ 服务品质下降
欺骗	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 改变决策的选择 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 满意度降低
偷窃	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 丢失资源 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 成本增加或产品/服务消失
不公平、歧视	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 购买较差的服务 ◇ 售价高于市场价 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 成本增加 ◇ 造成需求减少假象

表 3 不符合伦理的行为在宏观上的影响

IV 研究商业伦理的重要性

- ◇ 现代社会中的商业活动无远弗届，对我们的影响越来越大。不符合商业道德的行为可以对人的伤害也越来越深同时，符合商业道德的行为也可以带来越来越多的利益。我们因而需要加以研究有关议题，让企业行为符合道德标准，造福人群。
- ◇ 随着社会和科技的发展，我们生活的节奏变得越来越快，更趋复杂，我们需要不断讨论并研究新的商业行为涉及的伦理问题，例如八达通、社交网站和大型连锁店出售消费者个人资料以获利所涉及的伦理问题。
- ◇ 现代社会对企业的伦理要求越来越高，不符合道德的商业行为所遭受的处分也越来越严厉；相反，符合道德的行为也可以让人获得莫大的得益。若然可加深人们对商业伦理的理解，将有助他们作出最合适的决定。企业致力养成员工良好的品格，也对企业及有关个体有帮助。
- ◇ 有关商业伦理的讨论其实十分生活化，既有趣又实用，对个人亦有实际的帮助，例如：可帮助我们在重要时刻作出符合道德的决定；认识企业的不良营销手法，可帮助我们在日常生活中作出精明的抉择。

V 应用规范伦理学的原则来分析商业行为

a. 行为效益主义 (act-utilitarianism)

透过研究一个商业行为带来的后果来判断其对错。如果某行为能够为最多数人带来快乐，或是让最少数人受苦，那么该行为就是对或善的；反之就是错的。

b. 规条/规则效益主义 (rule-utilitarianism)

规则/规条效益主义并不考虑个别行为带来好或坏的后果，而是顾及遵守规则会否为最多数人带来快乐。假如遵守「不要操控价格」这个规则会为最多数人带来快乐，即使某间企业在数次个别的情况下操控价格，并为多数人带来快乐，它依然是错的，只因这些行为违反了「不要操控价格」这个规则。

狭义来看，衡量效益或付出的方法是计算经济上的利益或成本，例如利润或亏损，以金钱为单位。可是效益主义也会利用比较宏观的方法来衡量效益和成本，利益可包括快乐、健康、知识和信誉等；成本则可包括环境质素、国民健康、国际排名、时间和文化等。

效益主义的限制：

- 不能够完全厘清某些利益和成本，并难以将之量化和比较，例如：我们能否把 10 条人命（成本）和一亿港元的利润（利益）相互比较？如何量化 10 条人命的价值？
- 有些利益和成本在当下并不明显，但日后可以影响甚大，例如污染环境。
- 有时难以绝对界定利益和成本，例如相对某些人所说的利益，可能相对其他人来说是成本。例如：在某公共屋邨的商场开设投注站。
- 社会可能太过短视，过分侧重于工商业的发展，并太过重视经济利益，忽视其他重要的价值。
- 有些商业活动带给社会的整体利益高于成本，在功利主义来说是合符道德的，但上述活动可能违背了社会正义和人权，那是现今日益重视的部分；特别是少数人的利益，只根据功利主义作出道德判断将难以令人信服，例如要求商场安装无障碍设施，其整体成本将远远大于利益，只因成本要由大部分人支付，这些设施却只能令少数人得益。根据功利主义，商场不应安装上述设施，但此举却违反了残障人士的人权和社会正义。

c. 义务论中的责任和权利原则 (Duties)

义务论提出人天生就应该无条件地拥有某些权利，无论拥有这些能否为社会带来更大的利益，换言之，那些权利是内在(intrinsic)的价值。每个人都拥有自由和平等的权利，所有人在道德上都有义务（责任）以自由和平等的方式对待他人，即是无论个人选择以甚么方式对待他人，也会接受他人以同样的方式对待自己。例如：某水果店的老板以高价售卖烂苹果，他自问个中的理由是甚么(例如：我也是被骗才买了这些苹果，所以我去骗人是对的)，他其实应该自问会否介意他人以同样的理由去骗他。在一般情况下，人自然不想受骗，老板受骗相当气愤，他就不应该去欺骗顾客。义务论要求把人当作目的，永远不可以仅把

人当作手段。在道德上，我们不应利用他人作为手段，以达到自己的目的，在营商时还要重视他人的尊严、自由和公平等权利，那是天赋和无条件的。义务论建基于两个主要价值，第一个是尊重(Respect)，即尊重他人的权利，第二个是自由选择的能力(Capacity to choose)，即他人有权掌握所有资讯，以理性作出自主的选择。

例如：某核电站发生事故，管理层不可妄顾员工工作的危险性，他们必须尊重员工的知情权，也不应该压迫员工从事危险的工作，因为自由和平等是人性的核心（即人之所以为人的特性）价值，我们应无条件地尊重所有人的权利，那就是目的，应当不计代价去保存。有鉴于此，管理层必须把工作的危险性全部告知员工，让他们可以自由选择。

义务论对商业伦理有重要的影响。例如：现代商业伦理认为，消费者拥有一定的权利，这些权利可以是法律赋予的（例如购买保险产品有 7 天的冷静期），也可能是习俗赋予的（例如消费者在香港购买水果，可以用手拿起水果拣选，但世界上很多地方都不可以如此的），也可以是天赋的（例如人有工作和休息的权利）。现代社会普遍认同消费者有四大权利，包括自由选择权、获得资讯权、获得安全产品权和投诉权；其次，企业有义务照顾和保障不同的持份者都可拥有以上的权利，可见义务论对商业伦理的影响。

义务论的限制：

- 义务论不能清晰地界定各种权利的内容，例如：如果外国传媒认为某工厂是血汗工厂，强调工厂中负责某项工序的工人每日工作 20 小时并不人道（权利一）。厂方为保持订单，于是把工时缩短至每日 12 小时，这个安排却令很多工人怨声四起。他们都想每日加班，在短时间内赚取最多的工钱回乡，厂方的做法，令他们觉得失去自由选择的权利（权利二）。究竟缩短工时是对还是错？怎样安排才算是合符人性？
- 义务论具有普遍性，有时却不能解决权利之间的矛盾，例如：存户有权自由调动自己的存款（权利：自由），恐怖份子可以自由调动他们户口的存款吗（权利：其他人的安全）？

d. 美德理论 (Theory of moral virtues)

美德理论认为，讨论商业伦理时应注重个人的道德修养，而不应只顾训练人怎样作出道德判断。我们应注意培育德性，因为一个具有美德的人，自然就能展现有道德的行为。企业培训员工时往往十分注重训练他们的价值观，以确保他们具备企业要求的品性，例如「敬业乐业」、「诚信」、「尊重」和「关怀」等。



个案研究

安然公司

安然公司(Enron)曾是一间位于美国德克萨斯州休士顿市的能源类企业。安然在2001年宣告破产之前,拥有约2万1000名雇员,是世界上最大的电力、天然气及电讯公司之一。该企业于2000年披露的营业额高达1010亿美元,名列《财富》(Fortune)杂志「美国500强」的第七名;掌控着美国20%的电能和天然气交易。安然在破产前的资产价值高达620亿美元,又连续6年获《财富》杂志评选为「美国最具创新精神公司」,股市市值高峰时曾接近800亿美元。可是,2001年开始有分析员质疑安然业绩,短短3个月内,股价自80多美元下跌至年终的0.26美元,并在11月终突然破产,该企业更被揭发高层多年来与审计公司和投资银行合谋策划,利用各种合法和不合法的会计方法造假账,虚报账目,误导投资者及牟取私利等。安然多名高层人员被指多次一方面鼓吹股价上升,同时暗地里抛售该企业的股票。



影响:

- ✧ 企业多名高层人员被判入狱及罚款。
- ✧ 涉及造假并鼓吹投资者购买安然股票的证券分析员被判入狱,名誉扫地。
- ✧ 安达信会计事务所公司为安然服务,原是五大国际会计事务所之一,最后该公司被控妨碍司法公正,最后因而倒闭。
- ✧ 安然的股票市值由800亿美元下跌至2亿美元,股票投资者损失惨重,不少人赔上了退休金。
- ✧ 2万多名员工失去了大部分退休金和部分薪金。
- ✧ 花旗集团、摩根大通和美国银行等也因涉嫌财务欺诈,向安然破产的受害者分别支付了20亿、22亿和6900万美元的赔偿金。
- ✧ 促使「世通公司」的丑闻曝光,丑闻规模比安然更大,世通公司随后宣告破产。
- ✧ 美国上市公司的公信力下降,不再被视为是最安全和成熟的市场。
- ✧ 美国立法机构推出新的法案²,严厉监管上市公司、审计公司和投资银行有关公司管治的行为,引致上市公司的营运成本上升,在美国上市的外国公司减少。
- ✧ 自1990年起安然长期向美国和英国政要献金超过600万美元,引发社会广泛讨论政治献金的问题。

² Sarbanes-Oxley Act



思考问题

1. 试以规范伦理学其中两个理论，为安然公司高层人员作出一个有效的道德判断。
2. 试以安然公司高级管理层的行为为例，说明商业伦理的重要性。

商业及经济伦理

第二课：导论 — 商业及经济伦理

在第一课中，我们提及怎样以道德原则来判断一些商业的行为。伦理学家也针对商业及经济行为，增润了许多理论，作为进行道德判断时依据的原则，包括社会契约论、公义论及持份者理论。

I 商业及经济伦理理论

a. 社会契约论

社会契约论认为个别公民(Citizen)的权利应该受到群体的保护。同样地，个别公民都有责任保护他人的权利。为了和平共处，人与人之间透过自由和自主的过程达到一致同意的协议 (consensual agreement)，其后每个人都自主地放弃某些自然的自由，以换取群体给予的保护。莫论个人的状况（财富、出身）如何，每个人放弃的自由必须同等，而保障群体的责任则由政府执行。

商业机构也可视为是一个企业公民(Corporate citizen)，也是社会契约签订者之一。为了得到社会的支援，例如法律保障、运输基建、人才培训和设施供应等，企业公民同样需要放弃一些自由，为整个社会的福祉负上责任。假如企业不负社会责任，只牟取利润，对社会的个别公民或其他企业公民造成伤害，它就是违反契约，应受到惩治，甚至被取消企业公民的资格。

b. 公义论

公义论旨在以公义作为标准，从而界定社会各成员的权利与义务。

公义论³认为公平就是公义。在讨论分配式公义时，人应该在自由、平等和理性的情况下，同意跟随一套大家皆同意的方法，以决定分配社会资源或分担社会责任。社会上每个人都应拥有和他人相等的自由权（也即是说没有任何一个人可以拥有比其他人多的自由），所有人的权利都应该受到保护，各人亦有责任保护他人的权利。遇上不平等情况时，例如国民收入差异悬殊，政府应该支援最不幸的人，以最有利于他们的方式分配，令他们也享有平等的权利。另外，所有人都有平等的机会，得以担任所有职位和得到一切地位，这个原则又称为平

³本课主要讨论罗尔斯(John Rawls)的公义论

等机会原则。(注意：平等机会并不一定导致均等结果)

自由权的范围广泛，包括投票权、言论自由权、私有产权、不被无理逮捕权和安全权等。保护弱者可以解决社会上不公平的情况，让较有能力的企业承担较多的责任，例如：在处理污染上要求大企业付出较多资源。平等机会确保所有人都有同等的机会得到社会上较优越的工作，所有企业在招聘人手和升迁员工时都不应该存有任何歧视的行为，所有人都应该有同样的机会接受训练和教育。

c. 持份者理论

企业在运作时影响的人除了东主外，还有很多其他的个体，例如雇员、消费者、供应商、投资者、政府、传媒和竞争对手等。在很多方面来说，企业营运对其他个体的影响，远远高于对东主的影响。所有受公司影响利益的个体被称为**持份者**，他们可以是个人或是一群人士；持份者可以被企业的行为伤害或是从中得益，换言之，他们的权利可以被企业的行为侵犯或是尊重。

企业管理人员决策时不应只顾及持股者的利益，他们也应该保障和尊重其他持份者的利益。当一项决策对不同持份者产生不同的影响时，管理人员需要平衡各方的利益，而非只顾及某一持份者的利益。企业继而可邀请各持份者参与企业决策，让他们可加以保障自己的利益。企业不应该侵犯持份者的利益，应要为自己行为对持份者造成的后果负责，并在必要时作出补偿。

企业的持份者

主要的持份者

- ✧ 企业拥有人（或股东）
- ✧ 雇员
- ✧ 顾客
- ✧ 供应商

次要的利害关系人（其他有关人士与组织）

- ✧ 政府
- ✧ 其他消费者
- ✧ 传媒
- ✧ 竞争对手
- ✧ 法庭
- ✧ 民间团体



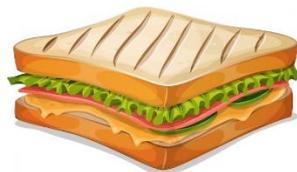
个案研究

香港特别行政区政府 食物安全中心 二零二零年发生的大规模流行病学关连食物中毒个案摘要

二零二零年五月，食安中心接获 99 宗流行病学关连食物中毒个案，合共 236 人受影响，涉及进食同一品牌的预先包装三文治。当中有 42 人的粪便样本含有沙门氏菌。有一人需要接受深切治疗，其血液样本验出肠炎沙门氏菌。在一名患者所购买仍未食用的三文治中，亦检验出 D 组沙门氏菌。

涉事三文治由一所本地食物制造工场生产。实地调查发现，个案的成因有多项，包括即食配料被未经煮熟的配料及食物处理人员所污染、三文治在运送往零售点的过程中贮存温度不当，以及制成品贮存温度不当，即置于危险温度范围内，使病原体得以生长。此外，生产商没有在三文治包装上标示生产日期及食用期限供员工及顾客参考。食安中心在其中一个零售点所抽取的一个三文治样本中，检验出对 D 组沙门氏菌呈阳性反应。

其后，涉事食物制造工场的经营商已停止营运有关食品业务。三文治在制作过程中通常都是以人手处理，而食物制造工场生产的预先包装三文治会分销予大量顾客。因此，食物制造工场应采取严格的食物安全及卫生措施，以避免污染。



参考资料：

https://www.cfs.gov.hk/english/multimedia/multimedia_pub/files/FSF163_2020_02_19.pdf



思考问题

1. 试以社会契约论评论以上食物中毒个案。
2. 试以公义论评论以上食物中毒个案。
3. 试以持份者理论评论以上食物中毒个案。



延伸问题

1. 某企业的雇佣条款中有同工不同酬的情况，即男性员工的薪金比女性员工高，女性员工在入职时也同意这种安排。试根据社会契约论来评论这个制度。
2. 某企业招聘了数个身有残疾的文职员工，并提供同等的薪酬条件，有些没有残疾的人却因而失去了在该企业工作的机会。试根据公义论来评论这个制度。
3. 某企业东主认为，其公司在合法的情况下赚取最大的利润是合符道德，至于其他的社会责任，鉴于他创立企业时并无对此作出任何承诺，那根本不用他来履行。试根据社会契约论来评论他的观点。

商业及经济伦理

第三课：经济、市场、伦理

在经济学中，我们可以简单地把市场定义为「交易」的地方，即买卖双方以不同形式交换物品或货币的地方。根据市场上的买卖双方关系，可以将市场分为三大类型：**完全竞争市场**、**完全垄断市场**和**寡头垄断市场**。

在现实世界中，大部分市场都介乎于完全竞争市场与完全垄断市场之间。

◇ 完全竞争市场

一个完全竞争的市场有大量的买家和卖家，没有任何一个个体的行为可以影响到市场上产品的价格、供应与需求的数量。买家和卖家有完全的自由去选择购买或生产产品，产品的供应和需求很快便能到达均衡点，这时买家愿意付出的最高价钱刚好是卖家愿意接受的最低价钱；生产和消费的产品数量刚好相等，没有任何浪费。完全竞争市场一般只可能在理论层面存在，在实际层面上难以出现。

◇ 完全垄断市场

完全竞争市场的相反是完全垄断市场。当中只有一个生产者，其他生产者因为各种原因而不能进入市场，例如开厂成本过高，法律禁止等；消费者在别无选择下，只好被动地接受这个唯一生产者提供的产品及订立的价格。在一般情况下，完全垄断市场中的生产者都会抬高价格，享受垄断者的利润。

◇ 寡头垄断市场

寡头垄断比较接近完全垄断市场，这类市场只有少数生产者，其他生产者由于各种原因如法律限制或成本太高等而难以进入市场生产。由于市场由少数几家厂商垄断，每家厂商对整个行业的价格与产量的影响举足轻重。他们控制了该行业的供应，由于提高价格可以带来很多好处，那些厂家往往互相协调，操控价格（见小资料 i）¹。

I 以规范伦理学来评论各种市场

a. 效益主义

完全竞争市场从不同的规范伦理学派的观点来看都是比较理想的，也能满足公义论对公义的大部分要求。

以效益主义的原则来看，完全竞争市场能创造最大的效益，原因是买家有完全的选择权和市场资讯，所以卖家必须以最有效益的方式生产，得以尽量降低成本，尽量改善产品质素，才能吸引买家购买产品。买家因而也可以最低的价钱获得最好的产品。

以效益主义的原则来看，寡头或完全垄断市场的生产者不能创造最大的效益，原因是卖方毋须以最佳效益生产也可以享有利润，买方在没有选择权下，只有以高价买入产品。由于缺乏竞争，卖方也没有动机不断的改善产品质素和技术水平，对社会整体而言，效益较少。

b. 义务论

以义务论的原则来看，完全竞争市场保证了消费者最大的自由选择权、自主权和资讯权，所有购买行为都是在自愿的情况下发生的，消费者的权利得到完全的尊重。

以义务论的原则来看，寡头或完全垄断市场不能保证消费者最基本的自由选择权、自主权和资讯权。如果产品是必需品，所有购买行为都是在不自愿的情况下发生的，消费者的权利没有得到应得的尊重。同时，卖家能操控市场价格，消费者失去自由选择的权利。如果产品不是必需品，消费者虽然不会被迫消费，但也会失去选择权。

寡头或完全垄断者在经济上没有效益，在伦理上也存在很多问题，现代不少社会因而订立反垄断法案（或称为公平竞争法案、竞争法案等），强迫已达到垄断地位的公司分拆或加以罚款，以保持消费者和社会的权益。

II 以商业伦理来评论各种市场

a. 公义论（或正义论）

根据公义论来说，每个人都应拥有和其他人相等的自由权，换言之，没有任何人可以拥有比他人多的自由。在完全竞争市场中，所有人都有权自行决定货品的价格和数量，不会受其他非市场的力量干扰，在这点上相较理想；但在完全竞争市场中，弱者会被自然淘汰，没有生存的空间，因此不太理想。总括来说，公义论认为具有平等的自由权比较重要，完全竞争市场还是可以接受的。

寡头或完全垄断市场则充满不公平，市场上只剩下大企业经营，它们往往透过一些反竞争行为（例如大企业之间私下协定产品价格）来获取不合理的利润，消费者要付出较高的代价购买消费品，亦没有自由选择权，这样对他们并不公义（公平）。由此可见，寡头或完全垄断市场是不公义(unjust)或不道德的，政府应该介入，以保障公民最大的自由权。

b. 资本主义式的公义(Capitalist Justice)：经济自由主义 (Economic Liberalism)

资本主义式的公义认为，人应按其贡献的多少来获取利益，例如：制定员工报酬的方法是按照某员工的生意额而定，生意额越高，报酬越多。亚当·斯密提出，自由市场是最有效率的经济运行模式，如果市场的干预最少，人的自由就会最大，基于人皆自私的本性，个人自然能够找到最有利于自己的生产方式，社会整体的效益就会最大，市场也会以最有效率的方式运作⁴。就此，政府应该尽量不干预自由市场的经济，应以自由放任(laissez-faire)的形式让市场自行运作，政府的角色只是给予一些私人机构不愿提供的基本公共物品(public goods)⁵，或是维持治安和法律等制度。

由于完全竞争市场具有最大的效益，根据经济自由主义而言，完全竞争市场是善的，寡头或完全垄断市场则是恶的，有碍竞争，令效率缓慢，并非理想的市场形态。如果市场出现垄断，政府应该介入，确保市场充满竞争。

⁴ 亚当·斯密以著名的「一只看不见的手」来形容这种状态。

⁵ 如提供道路、运河、学校与桥梁等设施。



个案研究

大型超市的垄断行为

在 2011 年年终，社会发生了数次有关超级市场商品定价的事件，引起社会热烈讨论。有两间小型零食和食品杂货店向传媒投诉，指他们出售某品牌的汽水和即食面的价格低于大型连锁超级市场，其中一间大型连锁超市向供应商施压，供应商因而要求两店提高价格，与超市的零售价一致，否则停止供货，其中一间最后被停止供货。另外，一间于深水埗经营的杂货店，一向从即食面生产商直接入货，零售价却低于代理的「建议零售价」9%。该店后来接获生产商通知，指其违反建议零售价，若店方不跟从建议零售价，生产商便停止供货。后来杂货店拒绝提高售价，供应商随即停止供货。据报生产商和供应商是因被大型连锁超级市场施压才发出该警告，但涉事的大型连锁超级市场、供应商和生产商都作出否认。有传媒引述前香港食品委员会理事长李广林的话，指出大型零售商联同供应商威胁小商户的情况存在多年，只是一直没有传媒揭露。

有学者指出，两间大型连锁超级市场的市场占有率超过 8 成，即使报道属实，根据现行法律，他们的行为却无违法。立法会正在审议《竞争条例草案》，港大法律学院助理教授郑建韩解释，《竞争条例草案》中的「滥用市场权势」条文可监管掠夺性定价，即具市场权势（市场占有率逾 25%）的商户，定出低于成本的价格，令对手无法经营，便属于反竞争。《明报》11 月 3 日的报道指出，具市场影响力的超市与售卖具竞争产品的供应商，以断货作为手段，迫使小商户以建议零售价售货，可构成滥用市场优势，超市及供应商都可成为被告；若然超市透过供应商与其他商户议定建议售价，则可构成「合谋定价」，而「超市与超市或杂货店间共同商讨订出反竞争的零售价」也属于合谋定价。



思考问题

1. 试以经济自由主义来提供论据，支持大型超市和供应商行为的道德合理性。
2. 试以公义论和综合社会契约论来批评大型超市和供应商的行为。
3. 你的个人立场是甚么？请说明你的理由。
4. 你认为政府和公共机构应该采取甚么行动？

商业及经济伦理

第四课：扶贫与公平贸易

穷，篆文，等于（穴，洞）+ （躬，屈体，无法站直），造字本义是身居洞穴，身体被迫弯屈、不自由。俗体楷书「穷」，以「力」代替正体楷书的「躬」，表示无能为力。

I 人海故事

小明的一天

小明在街上闲荡了超过两小时，不想回家。他的家是个木板间隔的房间木虱很多，没有空调。同学相约到海洋公园游玩，可是小明没有钱，又怕同学嘲笑，只好找个借口推辞。小明从来没有零用钱，为了省下车费买些零食，他每天走路 45 分钟上学；虽然现在就读中二，但他仍没有试过到西餐厅吃牛扒。

走得累了，小明便到球场旁边的观众席坐下，舒服地靠在椅背。家里只有 80 多平方呎，住了妈妈、妹妹和他，没有地方可以放椅子。他在家中做课时只能低头曲着身体，坐在床上完成。他今天运气很差，在附近码头钓了一小时的鱼都没有收获，他已经几天没有肉丝吃了，平日的青菜豆腐很快便消化掉，肚子空空的，脚步浮浮的感觉真的难受。

小明小时候十分活泼，但从小五开始便沉默寡言，家中的电脑近两年来虽然可以上网，妹妹却经常需要使用，他又没有手提电话，不能和同学沟通，渐渐他就独自躲起来，同学也越来越感受不到他的存在。小明在街上流浪 3 个小时了，终于要回家做功课，明天那份英文作业定要完成，否则老师又要见家长，妈妈又不可以随便请假与老师会面。可是，明天要交的功课要求小明写下一次欣赏西洋乐器音乐会的经历，他从来没有听过；他的英语水平差，自小四起妈妈就没有再陪他做功课，不明白时又没有人可以询问。不过小明总是有方法的，一会儿上网找一份类似的抄抄就可以了。

快要放暑假了，小明很期待新学年来临，只因读毕中三后，他就可以工作。日后领取人生首份工资，第一件要做的事情就是带妈妈和妹妹到烧味店吃乳猪。他最近只吃过烧肉，上星期妈妈说乳猪近年贵了很多，租金又加了，她收入的

三分之一都用来交租，买不起来吃，要等待下一次小明生日才买来吃了。因此，小明这个星期最新的志愿：支薪后请妈妈和妹妹吃乳猪。

小明在夕阳下归家，满心期待中三毕业后可以工作，其他的都顾不上了，他已经懒得去问：「穷人的日子难道就应该是这样的吗？」

*本故事根据多个真实个案资料综合写成。



问题讨论

1. 贫穷对小明有甚么影响？
2. 试写出三个令小明贫穷的原因。
3. 试写出三个可以令他摆脱贫穷的方法。

II 贫穷的定义

发达国家组成的经济合作及发展组织(Organization for Economic Co-operation and Development, OECD) 其中的35个成员国，大多以住户入息中位数的50%以下作为贫穷指标。英国更将高于入息中位数10%的住户定于边缘社群。

在香港而言，贫穷户在过去 10 年间一直维持在 40 万户以上，贫穷人口一直维持在 110 万以上，占整体人口近两成，相应的贫穷率一直维持在 **17.6%**，即平均每 **6** 个香港人，便有一人生活于贫穷线下。在这 17.6% 的人口中，10% 的家庭中有成员拥有工作，称为在职贫穷户(working poor household)，相对 2003 年上升 11.6%。边缘贫穷户则占整体住户 8%。

III 议题分析

a. 贫富不均

香港贫富不均的情况非常严重，并正在恶化。在 **2012** 年第二季，在全港最富裕的 **10%** 住户中，其每月入息中位数是最贫穷的 **10%** 住户的 **26.1** 倍，这个差距于 2003 年是 23.3 倍。过去 10 年，全港最贫穷的 10% 住户的每月入息中位数，由 2003 年的 3,000 元轻微增长至 2012 年第二季的 3,400 元，增幅约一成。同时，最富裕的 10% 家庭的每月入息中位数，由 2003 年的 7 万元增至 2012 年第二季的 8 万 8 千 800 元，高达 30%。根据统计处的报告，比较 5 个国家(加拿

大、英国、美国、新加坡及澳洲)，香港的贫富差距最为严重，亦是发达地区中最严重的。

b. 政府现行政策

政府推行了不少政策及措施，试图舒缓在职贫穷家庭的生活压力，以及支援在职贫穷人士的就业需要。现行一系列的扶贫政策，包括综援计划、鼓励就业交通津贴计划、邻里支援幼儿照顾计划、课余托管计划和短期食物援助服务计划（即食物银行）等，另外还有多次的单次性舒缓措施，例如6000元计划，增加高龄津贴等，旨在培养贫穷人口的自立文化，不希望他们依赖福利，因而为贫穷家庭提供社会安全网⁶，即维持贫穷家庭的基本生活，但不提供高福利的生活给无业家庭享受。

c. 帮助贫穷家庭的重要性

- ✧ 关心贫穷人口是世上所有主流宗教和各大民族的共同价值。
- ✧ 根据社会契约论，企业作为公民的一份子，有责任帮助营运地区的弱势人口。
- ✧ 人的生命价值是至高无上的，根据公义论而言，我们有义务帮助社会上的贫穷家庭，以确定他们和他人一样，享受到同样的权利，家庭越是没有能力提升自己的生活，我们越有义务帮助他们。
- ✧ 根据效益主义而言，帮助贫穷家庭脱贫有助社会增进整体的幸福程度，减少社会成本。帮助贫穷家庭可以提高他们的收入，从而增加和促进他们消费。同时，提升他们的教育也可以提升整体生产力。另外，企业也可以透过能够衍生盈利的方式，帮助贫穷人口。
- ✧ 根据效益主义而言，社会的贫穷家庭过多，容易造成社会动荡，帮助他们可以避免他们影响社会整体的幸福程度⁷。

d. 贫穷的成因

- ✧ 贫穷家庭缺乏金钱及物质来提升生活，无论成人或小孩都缺乏金钱及物质去接受良好的教育，更使他们减少与别人交往，令他们受到排斥，感到羞耻，影响他们向上流的动力，出现世袭贫穷的现象。
- ✧ 在现代社会中，贫穷人口难以得到和他人同等的权利，他们不懂得使用新的资讯科技，无法随其意愿调配时间参与工作，得以多点时间陪伴子女；

⁶英国前首相柴契尔认为「社会有一个梯子和一张安全网，梯子用来供人努力改善生活，安全网则用来防止人跌入深渊。」

⁷美国总统甘乃迪曾说：「如果自由社会不能帮助众多的穷人，就不能保全少数富人。」

他们鉴于经济压力，难以抽身参与政治，同时难以政治的手段来保护自身的利益。另外，他们的经济活动受到限制，碍于缺少抵押品及存款甚少的原因，他们难以使用银行的借贷和其他服务。

- ✧ 自上世纪 90 年代起，香港经济转型，加上全球化的影响，工作人口出现两极化，高技术和高教育程度的职位收入上升速度加快，低技术和低收入的职位收入的升幅缓慢，加剧贫富不均的情况。同时，低技术的职位迅速消失，令失业的人口增加。
- ✧ 香港地价高昂，如果没有公营房屋福利，租金往往占去低收入人士支出三分之一以上，令贫穷家庭没有剩余财力提升自己。同时，贫穷家庭亦难以藉着创业来改善自己的生活。

e. 企业如何帮助减少贫穷⁸

企业在扶贫时，除了能够满足义务责任外，往往也可以从中获利。

- ✧ 格尔米银行(Grameen Bank)设于孟加拉，银行早于 70 年代在农村地区推出「农村银行」的计划，向无数的赤贫农民贷款，尤其是妇女，令他们可以翻身，摆脱贫穷的魔掌。其中一个例子是，该银行向一名农民贷款 245 美元，让对方能够购买一部手提电话，该农民在两年之内就还清了借款。农村计划采取大额一次过收费的方法，该农民贷款购买手提电话后，藉着租借电话给其他农民的收费图利，赚取的金钱是那笔一次过付款总额一倍。他除了能以盈利还债以外，每日平均还有 2 美元进账。这份收入看似微不足道，但于孟加拉在职人口中，四分之三的收入比这还少！
- ✧ 花旗集团(Citigroup)推出一个具创意的方案，以一间工厂作为开户单位，企业或工厂的每一个成员，从守门警卫到一般工人，开户只需 20 美元，令每个人都拥有银行户口，配合自动柜员机及电话服务来减低经营成本。这种以多取胜的策略，证实十分有效。该集团在 1998 年于 Bangalore 试办这个理念，现时有 25 万名客户，并只有一间分行来服务这些客户。
- ✧ 联合利华(Unilever)在印度的分公司 Hindustan Lever 发现，印度人买不起一瓶大装洗发水，他们亦只会因应特别场合才洗发。有见于此，该公司把大装的洗发水拆散包装，变成不同份量的一次用完小包装，售价只需数美仙，结果生意兴隆，现时每年销量为 45 亿包。

⁸叶保强的 (2004)〈企业如何协助全球扶贫〉应用伦理通讯，第三十期。

<http://www.ncu.edu.tw/~phi/NRAE/newsletter/no30/05.html>



个案研究

IV 公平贸易的定义

由于知识和市场结构的问题，贫穷国家有大量被边缘化的劳工及生产者，他们的权益被中间商层层剥削，一直未能摆脱贫穷。设立公平贸易的目的，旨在帮助他们，透过互相尊重的贸易伙伴关系，务求让国际交易更趋公平。

a. 运作概况

- ✧ 由经过认证的分销商以「公平」的价格购入生产者的产品。
- ✧ 透过公平贸易的分销渠道，把产品送到重视这项价值的消费者。

b. 公平贸易的特色

- ✧ 是一种可持续发展及减轻贫穷的策略。
- ✧ 公平贸易以透明的管理模式和商业关系，以平等及互相尊重的态度与交易伙伴相处。
- ✧ 公平贸易能够发展生产者的独立能力，包括训练生产者及其市场组织，改善其管理技巧及发掘市场的能力。
- ✧ 公平价格一般比市场价格为高，消费者却乐意支付，因为价格不单包含生产成本，也合符社会正义与环保的原则。这个价格给予生产者公平的报酬，同时也兼顾了男女平等同酬的原则。
- ✧ 公平贸易为生产者提供一个健康及安全的工作环境；如果有儿童参与，则不能影响儿童完整成长、安全及教育的要求，同时也要合符联合国儿童权利的惯例。
- ✧ 公平贸易大大鼓励更好的环保实践及负责任的生产手法。
- ✧ 公平贸易系统涵盖许多商品种类，类别更不断增加，例如：香蕉、蜂蜜、咖啡、橙、可可、棉花、新鲜水果及蔬菜、水果干、果汁、坚果、植物油、奎宁、米、香料、糖、茶及红酒等。



思考问题

1. 试根据本课内容，列出我们需要扶贫的原因。
2. 试根据本个案内容，解释公平贸易如何可以帮助贫穷农户摆脱贫穷。

3. 试从社会契约论、公义论及持份者理论的角度，分别评论有关公平贸易的措施。

参考资料

1. 香港乐施会网页

商业及经济伦理

第五课：市场营销与广告(消费者议题)

企业在作市场营销(marketing)决策时，需要就四大方面进行考量，又称为市场营销组合(4Ps)，包括产品的特质(product)、价格(price)、推广(promotion)和分销(place)，每一方面都可以涉及伦理考虑，例如产品是否安全。义务论会审查交易过程中涉及的双方是否自愿，有否尊重，是否完全知情等，目的论会考虑经过交易后双方和社会的总体幸福有否增加，公义论会审查交易是否公平，有否欺压弱者。广告属于推广范畴，亦是市场营销中较多伦理争议的部分。

你认为以下的个案是否符合道德？试加以解释。

- ✧ 医院药剂师学会进行了全港十大常用注射及外用医学美容疗程成分疗效和安全分析调查，发现其中 5 种疗程没有足够临床实证支持，安全成疑，消费者有机会受到严重细菌感染，甚至死亡。
- ✧ 某广告推销「减肥鞋」，声称穿上该鞋子就能减肥，却完全没有实验根据。
- ✧ 某电视广告内容：一个穿西装的中年男性和朋友在酒吧品尝某品牌的烈酒，被对面一个穿西装的漂亮女性吸引，镜头中的她表现出半羞涩半挑逗的表情，中年男人以该烈酒的酒龄和吸引力来暗喻这个美貌女人，并向其举杯示意，对方报以挑逗的眼神。
- ✧ 英国一个时尚品牌广告中的模特儿身材太过消瘦，身材与厌食症患者相似。
- ✧ 供应商以极低或低于成本价的价格，把产品售予大集团；同时以高于成本价的价格售予小商户，旨在令大集团提高市场占有率。
- ✧ 银行向低学历的长者推销复杂的财务产品，说服他们以极低回报购买极高风险的财务产品。
- ✧ 某款电话的生产商推出最新款式，开售时大量水货客在零售店排队，令真正的消费者买不到该款电话。

I 市场营销决策时的伦理考虑

顾客是企业重要的持份者，根据持份者理论，企业有 3 种对待顾客的不同取向：

- a. 不道德

- ✧ 视顾客为剥削的对象，藉剥削顾客增进个人或机构的利益；
- ✧ 不提倡循道德准则办事之风，反而常常立意欺诈或误导顾客；
- ✧ 一切市场营销的决策，包括：广告、价格、包装及分销决策，都是为了占尽顾客便宜而制定。

b. 非道德（仅仅是合法）

- ✧ 管理阶层没有从道德角度来考虑决策及行动，纯粹以「在法律准则下谋利」作为决策方针；
- ✧ 管理阶层不重视从顾客角度出发的公平原则，只重视管理阶层的权益；
- ✧ 没有顾及与顾客接触时牵涉的伦理道德问题。

c. 道德

- ✧ 视顾客为交易活动的平等伙伴；
- ✧ 顾客提供交易活动的需求及期望，受到公平的对待；
- ✧ 管理决策在于向顾客提供公平的价格，全面的资讯，以及合理的保障和满足感；
- ✧ 公允地诠释及尊重消费者权益；
- ✧ 积极赔偿顾客的损失。

另外，从社会契约论或义务论来看，企业有道德责任保护消费者权益，一旦消费者购买了某产品，该企业就有契约责任善待消费者，企业不应仅视消费为获取盈利的工具，而是有义务保护消费者多方面的权利。

消费者权利	例子
获得安全及有效的产品	医院药剂师学会进行了全港十大常用注射及外用医学美容疗程成分疗效和安全分析调查，发现其中 5 种疗程没有足够实证临床支持，安全成疑，消费者有机会受到严重细菌感染，甚至死亡。
获得诚实和公平的讯息	<ul style="list-style-type: none"> ● 某广告推销「减肥鞋」，声称穿上该鞋子就能减肥，完全没有实验根据。 ● 一个穿西装的中年男性和朋友在酒吧品尝某品牌的烈酒，被对面一个穿西装的漂亮女性吸引，镜头中的她表现出半羞涩半挑逗的表情，中年男人以该烈酒的酒龄和吸引力来暗喻这个美貌女人，并向其举杯示意，对方报以挑逗的眼神。 <p>英国一个时尚品牌最近的广告遭到国家广告标准局谴责，指广告中的模特儿身材太过消瘦，因此遭到禁播，避免给予社会不良的审美观。国家广告标准局更表示，该广告的衣服主要锁定年轻族群，少女若看到这广告，可能会误以为这样「极瘦」的身材才是最完美的，恐怕会引发一连串的减肥效应。</p>
个人私隐得到尊重和保护	香港金融管理局早前公布有 6 间银行把客户个人资料出售或是转交没有关连的第三者。个案中有银行曾经把客户姓名及电话出售给一间电话中心作推销保险，银行客户投诉经常收到失卡保险公司的推销电话，觉得受到滋扰。
付出合理公平的价格	<ul style="list-style-type: none"> ● 数年前香港有几家电话公司一致加价 20 元，对不同类别的消费者不公平。 ● 供应商以极低或低于成本价的价格，把产品售予大集团或同系公司；同时以高于成本价的价格售予小商户或非同系公司，旨在令大集团或同系公司提高市场占有率。 ● 银行向低学历的长者推销复杂的结构性财务产品，说服他们以极低回报购买极高风险的结构性财务产品。
获得购买产品的权利	某款电话深受欢迎，生产商推出最新款式，开售时大量水货客在零售店排队购买，令真正的消费者买不到该款电话。

表 2 侵犯消费者权利的例子

II 制定广告策略时的伦理考虑

a. 广告的定义

广告是组织或个人以付费方式，把讯息透过适当的媒体向对象发放，以达到预期的效果，包括传达讯息，引发行爲(例如：消费)，建立形象。

b. 广告的类型

- ✧ 商业广告：商业广告是广告中最常见的形式，是广告学理论研究的重点物件。商业广告以推销商品为目的，向消费者提供商品资讯为主的广告。
- ✧ 文化广告：以传播科学、文化、教育、体育及新闻出版等为内容的广告。
- ✧ 社会广告：指提供社会服务的广告，例如：社会福利、医疗保健、社会保险及征婚、寻人、挂失和招聘工作等。
- ✧ 政府公告：指政府部门发布的公告，也具有广告的作用。例如：公安、交通、法院、财政、税务、工商和卫生等部门发布的公告性资讯。

c. 广告的目的

广告旨在达到 3 个层次的目的，包括传播资料，说服消费者购买和传播一些价值。

d. 广告的价值

- ✧ 经济价值：指广告的基本效能，例如：广告能够刺激消费，为企业带来收入；有效的广告又能够减低成本。广告业现已成为一个重要的行业，创造大量就业的机会。
- ✧ 文化价值：广告能够影响社会，形成消费趋向。广告具备导引消费者消费观念，消费心理和消费行为趋向的作用，例如：亚洲盛行大量美白用品的广告，形成亚洲人较为欣赏较为白皙的肌肤，护肤产品也占整体化妆品市场 5 成以上。另外，大量瘦削的时装模特儿广告也令社会出现瘦身风气。

e. 正面的影响

- ✧ 提供资讯、思想、意识、信念和道德的沟通桥梁，例如：一些志愿团体在广告中传递正面的价值/讯息；在《生命满希望，前路由我创》的广告中，我们学到积极面对人生处境的价值。
- ✧ 创造经济价值，促进产品销售和经济发展，提高社会生产活动的效率，为社会创造更多财富。
- ✧ 广告能够教育社会大众新的知识与新的技术，开拓视野，促进思想。
- ✧ 广告有美学上的功能，具有审美价值，满足消费者的审美需要。

f. 负面的影响

- ✧ 广告口号语言精练，朗朗上口，令人印象深刻。可是，如果语言低俗，意识不良，一来令人反感，二来容易误导市民，特别是青少年。例如：香港多年前有一广告口号是「想做就去做！」，广告播出后引起社会热烈讨论，

后来广告商把口号改为：「应做就去做！」

- ✧ 广告具有传递价值的作用，正面来看，一些重要的价值如《生命有 Take Two》广告，教人珍惜生命，发人深省；另一方面，广告也可以传递负面的价值，例如享乐主义，父权主义等。以享乐主义为例，不少广告引导青少年注重拥有物质，以此解决所有的烦恼，获得尊重。这些广告歪曲人的价值，助长青少年追逐名牌的不良风气，让生命变得商品化。例如：内地某楼盘广告以「女人当自强，婚前有套房，男人有套房，不怕丈母娘」为标题，把房屋与人的自尊挂钩。
- ✧ 为了追求感官刺激，越来越多广告带有暴力镜头和色情暗示，不利于青少年的身心健康。那些广告一般格调低俗，表面上歌颂女性的美丽，实质上贬低女性的社会地位，例如：某即食面广告画面中有一碗即食面，还有一个美女，广告标题为：「只等你来泡」；又例如本课开首谈及第三个个案中的职业女性，表面上重视女性美丽的外表，实际上是把女性贬低成为男性玩物，冒犯女性的尊严，也涉及性别歧视。更甚的是一般人，特别是小孩会视此为常态，误认为女性是男性的附属物。
- ✧ 不同的企业为了推销同一类产品，推出大量相似的广告，久而久之，会出现典型化的现象，例如：大量纤体广告会令人有错觉，以为极瘦才是健康。不良的典型化可带来不良的社会后果，例如：少女为了保持瘦削而忽略进食，造成营养不良；又例如：家居用品广告一律把女性定型为做家务的人，这样无论对女性和男性来说都是不公平的。

假如我们的社会充斥具有负面影响的广告，将为社会风气造成不良的影响，我们将慢慢失去一些正面的价值，例如尊重与平等，不利社会的发展。

我们生活上每一个细节都充斥广告，对我们形成价值观方面影响深远，世上很多国家因而对广告有所限制，以免广告对儿童有不良的影响：

III 以应用伦理学来分析广告

a. 社会契约论

作为公民的一份子，企业和广告商应该注意在生产的过程保持一般社会规范和重视的价值，例如人权、尊重与平等。企业应该对整个社会的福祉负上责任，应尽量制作具有正面影响的广告，不应制作有负面影响的广告。

b. 公义论

企业应保护每个人的权益，以公平和公义的方式谋利，多加关注不幸的人，以

达到公平的境地。另外，儿童的心智不太成熟，在制作或播放广告时，也应尽量考虑这些广告会否对儿童有不良的影响。

c. 持份者理论

企业在制作广告时除了应顾及股东和顾客的利益，还应保障和尊重其他持份者的利益，包括非顾客的社区人士的权益。就此，企业不应制作含有性别歧视、宗教偏见和种族歧视等的广告，例如：清洁用品公司多芬(Dove)有一辑宣传沐浴乳的广告，画面左至右安排了3个分别为黑人、拉美裔和白人的女模特儿，3人背后则有「使用前」和「使用后」字样。广告被指为暗示使用产品后，黑人的肤色因清洁而变为白人的肤色，属于种族歧视。著名的黑人牙膏行销世界，品牌以前的商标是「Darkie」，这个字在美国含有对黑人的贬义，后来该企业耗巨资把商标改为不含贬义的「Darlie」。



个案研究

试以社会契约论、公义论或持份者理论来评论以下的个案：

1. 香港《幸福要走多步》广告：某医药厂的广告，内容是香港残奥运动会金牌选手苏桦伟和母亲相依为命的片段，非常感人。
2. 国内《山姆篇》广告：山姆患了白血病，化疗后头发全部脱落，当他重返学校时，显得很胆小和自卑。然而令他感动和惊喜的是，他一进教室，所有同学都站起来把帽子脱掉，原来他们都剃成了光头。同学的爱心激励了山姆，增添他学习和生活的勇气。
3. 英国某超市投放一段耗资数千万港元的广告遭到投诉，最终或被禁播。广告的口号是「每个完美的圣诞节背后都有一个母亲」，内容是母亲在圣诞节前忙得团团转，父亲和孩子却不帮忙，在旁闲谈，似乎所有家务都落到了母亲的肩上。
4. 台北市某电视台为宣传将上映的戏剧，特别租用廿多个巴士候车亭广告板，刊登大幅广告。巨型海报上的广告文字把候车亭取名为「剩女候车亭」，引发部分女乘客不满。有女乘客感到「不舒服」，认为好像是被讽刺「嫁不出去」，在候车亭内等车，就像被贴上标签一样。

商业及经济伦理

第六课：企业的社会责任—员工篇

企业最重要的持份者是谁？美国管理协会曾经对 6000 名经理进行一项调查，结果显示最重要的是**顾客**，其次就是**员工**：

持份者	得分排序（最高为 7 分）
顾客	6.40
员工	6.01
主要股东	5.30
一般大众	4.52
一般股东	4.51
政府	3.79

各持份者对企业的重要性

从管理层的角度来看，员工是第二重要的持份者。一间企业的成败，大大取决于员工的质素和员工关系。

I 无良雇主大踢爆

以下公司的行为被视为没有一尽企业对于员工的社会责任：

1. 某琴行要求新入职员工签定 3 年合约，提早离职者必须向公司赔偿 3 年工资，并订立刻薄的条款，包括迟到一分钟扣一元，缺勤每天扣取 300 元，即使请病假也不例外。
2. 某书商在每年一度的书展期间，要求员工每天加班 7 小时，一共工作 15 小时，而且只有 30 分钟用膳时间。
3. 某香港酒楼习惯拖欠员工工资，一般延迟 10 天发放当月工资。
4. 某公司的员工一旦怀孕，则会被公司以各种理由刁难，直至她们自愿辞职。
5. 一间食品公司的薪酬福利微薄，亦没有足够的劳工保障，老板不注重劳工安全，工作环境危险。
6. 一间著名日资家电品牌的员工投诉，指出公司侵犯个人隐私，紧密的跟踪

和监视员工在办公室的工作情况。

7. 某韩国公司在深圳投资开设工厂，管理人员在一次失窃事件中强行对 56 名女工搜身，令员工感到受辱。另外，曾经有一条生产线因未能完成生产额的目标，整条生产线的员工被罚跪在公司门口谢罪，引起传媒关注。
8. 某美资快餐连锁店的工资是市场价格的下限，员工没有就业保障，随时工作不保。该企业又强调「团队精神」，要求员工加班，不加班的员工会被丑化，在朋友和同事面前丢脸。



思考问题

1. 假设你是刚新婚的女士，并打算生育。如果你在以上任何一间企业工作，你会努力工作吗？你会愿意在这间企业发展吗？
2. 试以目的论来综合评论以上雇主的行为及各种措施。
3. 试以义务论和公义论来综合评论以上雇主的行为及各种措施。
4. 试以持份者理论综合评论以上雇主的行为及各种措施。

雇主不尊重员工的权利：

涉及的权益	个案
安全工作环境的权利	5,7
合理报酬的权利	1,3,5
合理工作条件的权利	2,8
平等就业的权利	4,8
私隐权	6,7
不受歧视的权利	4,7
受尊重的权利	7,8
人身自由的权利	7

1. 一般来说，企业可以有 3 种取向来对待员工。根据持份者理论，企业需要对员工尽社会责任。

不道德

- ◇ 视员工为生产工具；
- ◇ 利用、剥削及操控员工以增添个别管理人员或企业的利润；

- ✧ 忽视员工的需要、权益及期望；
- ✧ 高压、霸权及疏离的管理模式。

非道德

- ✧ 依法对待员工；
- ✧ 以促进生产量为目标，而非旨在满足员工不同阶段的需要；
- ✧ 同样视员工为生产工具，同时采纳酬谢制度；
- ✧ 组织为本身利益，会给予员工最低限度的尊重；
- ✧ 组织的架构、工资奖赏和报酬，全是为了促进短期或中期的生产量。

道德

- ✧ 视员工为重要的一份子，给予尊重及保障他们的尊严；
- ✧ 以采纳商议性或参与性的领导方式为目标，期望藉此建立相互信任的关系；
- ✧ 反复重申「承诺」这个主要概念；
- ✧ 所有决策皆尽量顾及员工享受合法程序、私隐、言论自由及个人安全的权利；
- ✧ 管理阶层寻找公平的方法来处理员工问题。

以上个案中的企业，显然是以不道德的管理方法来对待员工。

II 最佳雇主何处寻？

对员工尽责的雇主：

a. 香港上市公司恒安集团

- ✧ 公司成立以来，大股东不断把部分股权让给员工，与员工分享利益。公司注重员工的工作环境和安全生产，历年安全生产事故死亡率为零；安全生产工伤事故年发生率均控制在千分之一以下。
- ✧ 公司改善员工的工作环境，为外来员工的宿舍安装空调和热水器等生活设施；每年定期安排员工到市级医院接受免费身体检查；安排员工到香港旅游；设立恒安医疗室、图书馆、健身房、网吧及员工内部招待所。
- ✧ 公司注重培训员工，与多间大学联合办学，让员工从基层岗位逐步成为各级岗位的技术员和管理人员。

b. 美国赛仕(SAS)公司（软件公司，连续 15 年入选美国《财富》杂志(Fortune)最佳雇主名单）

背景资料

- ◇ 于 1976 年成立，从没亏损，营业额增长近 2 万倍。
- ◇ 旨在为员工提供长远的计划，让他们在生活与工作中获得平衡。
- ◇ 注重如何增强员工使用资讯和创造知识的能力。
- ◇ 软件行业的人才竞争剧烈，业内员工流动率动辄 20%，赛仕却不足 3%。

获选原因

- ◇ 设立一间超过 6 万 8000 多平方呎的娱乐健身中心，备有游泳池、足球场、篮球场、按摩室、美发沙龙等，样样俱全，免费给接近 5000 名员工及其家人使用。
- ◇ 引进蒙特梭利系统的托儿制度，让员工不必在工作时担心幼年子女，安心上班。
- ◇ 设立健康看护中心，为员工以至其直系家属提供检查和咨询，全部免费。中心最初从一名护士和医生开始，至今已有 53 名医疗人员，包括物理治疗师和心理治疗师等。
- ◇ 一周平均工作 35 小时，上班和下班不用打卡，午休时还可以打篮球比赛，没有任何监察系统。
- ◇ 设有 3 间员工餐厅，促进员工交流，并鼓励他们设立部落格，并开立社交网站，以建立和增进信任。员工也组成篮球队，又举办野餐活动。赛仕每年也进行问卷调查，收集员工对于福利措施的创新建议，了解他们的需求。
- ◇ 所有员工都被邀请参加由赛仕首席执行官吉姆·古德奈特(Jim Goodnight)每月召开一次的早餐会议——咖啡座谈会，员工在会议上可以参与各种问题的讨论。
- ◇ 设立「课程路径」专案，免费开放给美国所有教育工作者使用，为 5 万多名美国教师提供英语、科学、数学、社会学及西班牙语等方面的标准教育资源。



思考问题

1. 假设你是刚新婚的女士，并打算生育。如果你在赛仕工作，你会努力工作吗？你会愿意在这间企业发展吗？
2. 试以目的论来综合评论以上雇主的行为及各种措施。
3. 试以义务论和公义论来综合评论以上雇主的行为及各种措施。
4. 试以持份者理论综合评论以上雇主的行为及各种措施。

III 总结

在工业时代，企业要成功，减低生产成本是最重要的方法。可是，随着我们进入资讯科技的时代，增加效益才是最重要的方法。企业要成功，定要以合符道义的条件善待员工，才能吸引人才留下。事实证明，善待员工虽然会增加成本，员工的生产力却会因而大幅提升，综合的效益更大。无论从目的论还是义务论来看，善待员工都是对的。企业要提供一套完整的方案⁹，包括提供安全与健康的工作环境和条件，提供合理的报酬和尊重，信任员工，为员工提供健康的社交环境，提供合理的工时，让员工能够平衡家庭与工作的需要；为员工提供发展事业的机会，让他们有机会服务社区。如此一方面道德善举，另一方面也能够汇聚有创意和懂得自发工作的人才，让企业持续发展之际，亦可一尽对于员工的社会责任。

知多一点点：其他最佳雇主善待员工的方法

- a. 可口可乐（Coca-Cola）在秘鲁、阿根廷和智利的分公司：为解决员工在长途旅行后的时差反应和假日后综合症，该企业规定员工休假若超过 10 天，则员工返回工作岗位的第一天可多休息两小时，第二天多休息一小时。
- b. 谷歌(Google)：为员工提供大量福利，包括咖啡厅免费饮食、攀岩及免费洗衣服务。该企业去年收入实现 20% 的增长，向每名员工加薪 10%。
- c. Recreational Equipment：工作 15 年以上的员工可享受每 5 年一次的 4 星期有薪假期；员工购买该品牌户外设备享有 50% 至 75% 优惠，同时可以免费租借器材。
- d. 梦工厂动画公司（DreamWorks Animation SKG，创作《功夫熊猫》动画的公司）：员工可以享用免费早午餐、电影放映、午后瑜伽、艺术课程和每月派对。每名员工都有机会直接向总裁提出自己的电影创意。
- e. 上海波特曼丽思卡尔顿酒店(The Portman Ritz-Carlton)酒店：高层管理人员经常现身酒店大堂照顾客人，履行一些如提取行李的细务。每名员工获授权可免去 2000 美元的客户费用，例如：在餐厅遇到顾客对菜色不满，如果员工觉得客人不满的理由充分，他便有权决定是否给予客人免单。
- f. 沃尔玛(Wal-Mart)：总部每逢周六举行大会，有时做健美操，有时喊口号，有时唱歌，有时请来喜剧演员，有时举行拳击比赛。一众总经理和董事和员工一起大喊大叫，甚至跳起奇形怪状的舞蹈。公司取消门卫，取消考勤，取消衣着规定，取消高层停车位等。员工可以在自由的环境中快乐的工作。
- g. 美国庄生公司(SC Johnson)：总监和经理每天早上 9 时 30 分之前和下午 5 时后不得召集下属开会，这样员工就能够接送孩子往返学校。

⁹ 可参考马斯洛需求阶梯理论。

- h. 美国微软公司(Microsoft): 公司给予员工每年 40 个小时的有薪假期从事义务工作。

资料来源

1. 国际管理顾问公司翰威特(Hewitt Associates)的亚洲最佳企业雇主(Best Employers in Asia)排行榜。
2. 《财富》杂志(Fortune): 最佳雇主 100 强

商业及经济伦理

第七课：企业的社会责任

I 人间惨事

a. 印度：育有两子的 42 岁卡玛

「我在制衣厂工作，生产名牌服装，可是月薪难以维持生计，资方又时常克扣工钱，我工余必须兼职帮补家计，但仍难以令家人温饱，往往举债度日。工作压力沉重，不达标便得捱骂，好像受酷刑一般，工作时不能休息、喝水或上厕所，每天要站 10 多小时，经理还时常出言侮辱，叫我为『驴』、『猫头鹰』（印度视为邪恶之物）和『狗』。去年我再度怀孕，但工作时也不能坐下，我向经理申请在休息时进食以补充体力，他说所有在休息期间进食的工人都会被解雇，我最终也流产了，真惨！」

b. 发展中国家农村村民

「我住的村内有不少人中了砷毒¹⁰，只因在上源的一家冶炼厂的含砷废水外溢，后来环保局局长等官员也被撤职处分。去年，又有村民中了镉毒，幸好没有人死亡。几年前，村内有儿童检出血液含铅量超标。我每天都担心呼吸的空气，喝的水会有毒，我想搬离这条村，却没有钱，真惨！」

c. 电子产品生产集团董事长

「我承认我的工厂对工友很严格，有人把我的工厂称为血汗工厂。血汗工厂有甚么不好？这样没有犯法，我相信一分耕耘一分收获，员工如果受不了，大可以辞工不干，不少人会争相接替他们的工作呢！工友应该和我们一起，流血流汗，以换取最大的利润，这是天经地义的事。我赚取的一分一毫都是正当的，我从没有因此良心不安。我劳心劳力，为社会创造数以 10 万计的职位，现在还被某些传媒辱骂，真惨！」

后记：为了保护我的名誉，我决定依循法律途径，状告记者诽谤，要求赔偿名誉损失，且看还有没有人敢无中生有。

¹⁰即重金属中毒，令人出现肺炎、肺水肿、呼吸困难，甚至可因肝肾综合症而死亡

小资料：

「血汗工厂」(sweatshop)意指条件恶劣和报酬低微的工作环境。不少学者指出，要避免出现血汗工厂，厂商必须提升工人权益，最佳的方法是给予工人集体谈判权，因此，工会就成为消除血汗工厂最重要的工具。

事实证明，设有工会的企业也可以成就不凡。无论在东方还是西方社会，盈利丰厚的良心企业不计其数，足证毋须剥削工人，也可取得成就。



思考问题

卡玛工作的工厂、冶炼厂和电子厂，三者有甚么共同点？（答案在本课最后一段）

II 企业可持续发展的定义

联合国环境与发展世界委员会(World Commission on Environment and Development)在 1987 年提出可持续发展的概念：「既能满足我们现今的需求，又不损害子孙后代各种能够满足他们需求的发展模式。」从商业伦理的层面来看，可持续发展的企业在制定及执行各种计划时，除了须包含现有的重要持份者的利益，也要考虑将来持份者的利益。企业不可为了现在持份者的短期利益，牺牲将来持份者的利益。以环境保护为例，企业不可过度开采自然资源，牺牲将来持份者的利益。另外，企业的价值观、文化、决策和营运必须揉合对于社会、环境和经济的关注；除了合符社会、环境和经济的法例法规外，还要合符当地各种道德规范。

III 企业可持续发展报告的定义

近 20 年来，我们监察企业履行社会责任的主要方法，在于细看企业的可持续发展报告。在香港而言，一些机构会定期发布有关企业的可持续发展报告研究。机构透过撰写有关报告，可以审视企业有否顾及现在和将来重要持份者的一切利益，对于社会整体来说，大有益处。

根据毕马威会计师事务所(KPMG)2011 年的企业社会责任报告全球调查报告所示，就全球最大的 250 间企业(G250)和所涉及国家的 100 强企业(N100)而言，95%的 G250 和 64%的 N100 都发布了企业社会责任报告，较 2008 年全球调查对象数量分别上升 14%和 11%。时至今日，社会责任和企业日常营运密不可分，可持续发展报告成为了必须重视的项目。

IV 企业可持续发展的内容

现时主要有 10 套通用的报告标准。「ISO 26000」¹¹是最多人和最多国家参与制定的标准，适用于所有形式的机构。上市公司则多采用 GRI 标准，适用于工商业，两者都旨在推动企业七大社会责任，加深社区不同人士对于企业这方面表现的理解。各大民间机构和消费者可透过企业每年所发报的报告，监察企业的社会责任表现。

a. 「ISO 26000」规范范围

✧ 组织治理 (Organizational Governance)

企业在各级层面的管理决策也应考虑社会责任。首先应确定企业的总体社会责任和价值观，并订立机制，藉此推动和监管企业的社会责任意识，例如防止贿赂机制等。

我们可透过企业的可持续报告，了解该公司重视的价值。例如：恒生银行在可持续发展报告中界定了其基础原则及核心价值：恒生卓越服务为基础原则；至于核心价值方面，第一是勇于正直诚实行事，决策时不会违背银行的道德标准及诚信，规定银行的员工是可靠的，包容不同意见和文化，与客户、社区及彼此之间保持连系。第二是财务实力，保持盈利能力之余也注意推动环保；第三是保持领导地位，向中产及私人银行客户提供优质服务；第四是高透明度及有效沟通，与各持份者保持良好的沟通，不时传达银行忠诚和信任的价值观。如果有员工在某一处境下需要作出「利润」或「忠诚」的道德抉择，他应该知道要选取「忠诚」，并知道这个选择将获得公司赞扬。另外，银行职员在批核贷款时，他们也会注意环保的价值，例如：如果申请贷款一方是采矿公司，银行职员将要求该公司容许银行参与确定各个范畴（勘探、开采、封矿及填矿）备有足够的环保措施。

✧ 人权 (Human rights)

人权可分为两类：第一类为公民权与政治权，包括生命、自由与公平权。第二类为经济、社会与文化权利，包括工作权、食物权、教育权与社会安全的权利。

企业应该在其内部与持份者交往时强调人权的价值。企业可建立专责机构，监

¹¹国际标准化组织于 2005 年着手为社会责任开发一个名为「ISO 26000」的指导式标准。

察各部门是否尊重人权，并设立可供员工参与的上诉机制，确保企业内部的各人种人权得到保障，包括防止各种歧视，确保对于弱势社群的支援，保障企业内部的公民权和政治权等，例如：不会阻碍员工参加各种工会组织，鼓励员工参加扶助弱势社群的义务工作，设立员工申诉平台，确定内部各个层面有否歧视员工，禁止企业运作有聘请童工等侵犯人权的行爲，以及平衡内部性别和种族的比列等。企业订立有关原则以后，接着由个别部门订立具体的执行细则，例如人事部制定在招聘中防止性别和种族歧视的指引；客户服务部则确定员工如何应对不同种族和宗教客人的特别需求；采购部确立属下员工不会与侵犯人权的供应商有业务来往等。

其他例子包括：伊斯兰教规定信徒每天定时祷告，香港国际机场就此设有供穆斯林专用的祈祷室，免得他们在众目睽睽下俯地祈祷。航空公司准备飞机餐时也会顾及不同宗教人士的特别需求，例如：不会提供冒犯宗教的食物。企业在采购方面也会考虑供应商有否侵犯人权，如果发现那是本课个案所述的血汗工厂，企业则会考虑停止采购，或是要求供应商改善劳工条件，

✧ 员工实务 (Labour Practices)

企业对员工的关怀，应该普及至承包工作的员工，例如：宜家集团(IKEA)要求供应商每年必须加薪。在员工实务方面（包括雇佣条件，工作环境等），企业至少须先符合劳工法例，其次是透过各种设施来满足员工各个层面的需求，这一点在第六课已经加以探讨。

✧ 环境 (The Environment)

企业应要承担保护环境的责任，采取预警(precautionary approach)措施，由专人定期检查污染，并作出预防措施。企业如要减少生产过程中浪费的程度，其中一个指标是减少排放温室气体，可采用再生能源¹²或低耗电器的方法；其他指标包括能源、水、纸张和其他生产物料的消耗。在采购方面，企业也应尽量使用环保物料。减废也是重要的措施之一，其中一项是回收陈旧产品，分拆后循环使用。政府在制定政策时，应以污染者自付的原则来鼓励企业改善生产方式；企业也应定期在社区推广环保的讯息。

宜家集团是全球最大的木制家具生产商之一，以木材为主要的生产物料。该集团为达到可持续发展的目的，对于供应商的要求非常严格，要求供应商证明所

¹²例如，电能实业的南丫发电厂的天然气发电量约占整体电力供应 33%，令到二氧化碳排放量较 2005 年引进天然气发电前减少 13.4%。

用木材都是可持续发展的木材，即是被砍伐的木材都有新种的树木代替。供应商必须出示植林证明，也要求对方在生产过程中，不可浪费油漆等物料。宜家另一项主要生产物料是棉花，他们在世界各地协助农夫改良生产方式，采纳「更优良棉花」认证制度。棉农不仅需要遵守宜家 and 世界自然基金会设定的环境标准，还要合符「更优良棉花倡议」界定的体面劳动标准，保障劳工生产条件。棉农使用这种生产方式，在种植过程中足以减少水和杀虫剂一半的用量，化肥用量也减少三分之一。目前仅是印巴地区来说，已有 10 万个棉农户经过认证，至于可持续发展的更优良棉花，目前约占宜家总采购额的四分之一，估计数年内将全面使用。

在香港方面，企业透过简单的方法已达到减废的效果，例如把空调调低 1 度，关掉待机的电器，使用发光二极管，使用双面影印等。电能实业 (Power Assests Holdings Ltd.) 提倡「4R」文化，减少消耗和浪费资源。该企业在南丫发电厂收集废水和雨水，循环再用。就 2011 年而言，该企业循环再用的雨水和废水量达到 13 万 8400 立方米，相等于全年用水量 6.1%。他们亦提倡废物回收，在企业内部收集不同种类的工业废物，包括废纸、金属、塑胶、废电池、慳电灯泡及打印机墨盒等。南丫发电厂收集的废物，包括废润滑油、煤灰和石膏，将交会由承办商处理，作为工业用途。

◇ 公平营运 (Fair Operating Practices)

企业应以合符道德规条的方式，与其他持份者公平交往，包括制定防止贪污的指引，避免反竞争的行为，将企业的价值体现在采购过程，保护知识产权等。具体来说，企业可以多向各持份者传达各项价值观。以员工培训为例，企业可以训练他们准时缴交企业税，支付账单及贷款，与重视道德规范的公司合作等。政府和银行机构特别注重防贪，除了透过多重方式加以审视和检查外，还透过培训来提醒员工。宜家制定「宜家行为准则 — IWAY」，界定了其对供应商的各项要求，例如：在 2012 年为供应商员工订立最高工时，规定每周工作不可超过 60 小时，每天加班不超过 3 小时。宜家亦为供应商提供培训，并设立专责部门，定期和突击审计（检查）全球供应商。在 2011 年，宜家对各地供应商一共进行多达 1000 次的定期审计和接近 800 次的突击审计，也聘请独立第三方人士对供应商进行审计，合共 47 次，达标率近 9 成 8；又设立供应商道德援助热线 — 信任热线，供应商可采用英文和本地语言寻求说明或举报违反商业道德的行为。现时宜家的全球供应商超过 4 万间，可见 IWAY 对于推动宜家的价值观影响巨大。

◇ 消费者议题 (Consumer Issues)

企业应该致力保护消费者各大权益，包括安全权、知情权、与企业沟通的权利、选择权和私隐权，并应以公平及负责任的方式对待消费者，也有责任教育消费者和提供售后的服务。例如：有电子消费品公司推出新产品时，提供足够的热线电话支援消费者，并定期发布软件更新程式；银行定期举办投资者讲座等。

◇ 社区参与和发展 (Community Involvement and Development)

传统来说，企业倾向参与单次和随机的社区善举，大多数更是以捐款的形式实行。社区是企业的间接持份者，企业应该按照本身的目的，有策略和系统地参与社区活动，例如推动社区环保，促进身体与精神健康的活动，保护文化遗产，推动文化活动，支援弱势社群，支援发展中国家，以及不进行有违企业价值观的投资等。

以宜家集团为例，那是跨国企业，业务遍及 40 多个国家，顾客超过 6 亿 6000 万人次。毛绒玩具活动和桑耐太阳能灯具销售活动，属于宜家每年重大的社区善举，裨益发展中国家的儿童。每年年终的节日期间，宜家商场每售出一个毛绒玩具，IKEA 基金就向联合国儿童基金会捐赠一欧元，以改善儿童教育。另外，顾客每购买一盏太阳能灯具，IKEA 基金即捐献一盏给联合国儿童基金会，用以赠予发展中国家的儿童。香港中华电力有限公司(CLP)除了推动员工参与义务工作外，还推行社区投资计划，就环境、教育、社区健康及文化艺术等 4 个范畴，与不同的非政府机构合作，支援相关机构。

b. 香港的情况

根据《乐施会恒指成份股公司调查报告 2009》¹³，在香港恒生指数成份公司中，公平营运部分从事供应链管理的企业，社区参与和发展的表现比较逊色。那些企业往往没有对供应商存有社会责任的期望，忽略了供应商是否以合符道德的生产手法提供产品。在环境一节上，只有少量企业制定了具体可行的方针；在员工实务中，大部分企业有待改进，没有顾及有些员工的合理需求。仅有少数企业明确地把有关人权的条文纳入其道德守则中。大部分企业都仅以捐款形式参与社区发展，其他部分的表现则一般较为满意。

¹³ http://www.oxfam.org.hk/content/98/content_4371tc.pdf



个案研究

请在可持续发展电子资源库中¹⁴，选择一间企业，并寻找以下有关的资料。

范围	资料
组织治理	企业重视哪些价值？有哪些具体的措施？
人权	企业重视哪些人权？有哪些具体的措施？
员工实务	企业如何满足员工不同的需求？
环境	企业如何保护环境？
公平营运	企业如何在营运时体现公平的价值？
消费者议题	企业如何保护消费者的利益？
社区参与和发展	企业如何促进社区的发展？

¹⁴ http://files.caringcompany.org.hk/e-library_v2_p2.html

V 总结

在本课开始时提及 3 个工厂的个案中，厂方显然不是以「可持续发展」的态度经营业务。首先，我们看到那 3 间工厂不符合企业道德伦理的要求，卡玛工作的工厂不重视员工的权益，工厂东主的经营目标是在短期内赚取最多的金钱，这类工厂一般都只能够依靠低技术的劳动力盈利，人才流失率偏高，利润十分微薄。一旦订单流失，工厂可便很容易倒闭，难以持续发展。

电子产品生产集团董事长则显然混淆了符合法律和符合道德这两个概念，以为合法就等于合理。事实上，他在开设的工厂主要负责组装产品，依靠低技术的劳动力，经营的目光较短，不重视可持续发展；只要某地方的劳工成本太高，他即可把工厂搬往其他地方。相反，台湾的员工主要负责设计等高科技工序，享有当地电子业最佳的待遇，可见集团董事长十分重视母公司的可持续发展。

在第三个案中，村民居住的地方，以往发生多宗有毒重金属泄漏的事件，即使多名涉事官员因而遭到革职，同时多名管理层遭受刑事起诉和坐牢、罚款，有毒重金属泄漏事件还是没完没了。个中原因，在于不论官员、企业高层人员还是村民，皆对环境保护的意识贫乏，只重视发展经济，创造就业，被动地理解环保的概念，没有加以预防的措施，悲剧才会重复发生，亦不符合可持续发展的观念。

总括来说，企业可持续发展一环，已成为我们现在对企业的道德要求之一。我们期望企业不仅合法，还要积极在经营的社区推动各种价值观为本的活动，改善人类的福祉。我们从各大企业的可持续发展报告中可以得知，企业如何保护持份者的权益，以及致力关注社会责任，两者已成为一大趋势。

参考资料

1. 莫国和主编 (2011): 《企业社会责任在香港》，青森文化出版。
2. 香港社会服务联会出版《企业社会责任》。
3. 宜家集团 2011 年可持续发展报告。

商业及经济伦理

第八课：总结篇—企业推动伦理

I 在商言商：盈利至上

现今有人仍是抱持「在商言商」的信念。他们认为，企业的责任只在于经营得法，尽量提高利润，不应浪费资源进行与利润无关的行为，例如公益慈善。那些活动应交回政府或慈善团体等机构进行。他们相信，赚取最大利润就是企业应要履行的最主要社会责任，毋须为社会带来公义、公平和关怀等道德价值。现实证明，那些无视社会责任的企业，酿成各种恶果，危害贸易及社会。

自 20 世纪中叶开始，越来越多人对营商之道抱持不同的看法。他们认为企业除了具备财务责任以外（利润极大化），还要负起社会责任：

- 社会责任不一定和尽量提高利润的概念互相矛盾。具备社会责任的企业，可以吸引更多顾客和更优秀的员工，同时避免政府的严厉规管。（目的论）
- 企业在生产的过程中可能产生很多社会成本（例如污染）和不公义。在道义来说，企业有责任解决那些问题，并防止问题恶化。（义务论、公义论）
- 企业的规模越来越大，影响力与日俱增，实有赖于社会的支持，因而应负上相应的责任。（社会契约论）
- 企业的持份者除了东主以外，还有员工、供应商、顾客、政府和分销商等，尽量提高利润只对东主有利；企业不应只顾一个成员的利益，从而漠视其他成员的利益。（持份者理论）

经过多年发展，现今社会大多数人认为，企业应要实践社会责任。事实上，企业要持续发展，也须负上社会责任。

以上的论点强调，企业行为必须顾及现行社会普遍的规范，企业主要都是适应的角色，颇为被动，究竟企业应否主动引领社会新的风气，制定和引领新的规范？

II 企业的社会责任(Corporate Social Responsibility)

卡罗尔(Carl Rawls)认为，社会期望企业负上的社会责任，包括经济责任、法律责任、伦理责任和慈惠责任。在上述 4 大类别中社会要求企业必须负上经济和

法律责任，那是最基本的要求。企业履行该两种责任后，社会进一步**期望**企业负上伦理责任。那是合理的期望，企业有义务正确、公正和公平地对待利益相关者，避免伤害他们，或是把伤害尽量减少；社会最后更**希望**企业负上慈惠责任，那是额外的要求，希望他们成为优秀的企业公民，贡献社会，提升人的生活质素。

社会越发展，企业规模越大，民众对企业的要求也更高。卡罗尔要求企业最少须合符前3层的责任，否则人们就可以评论该企业并不道德。若然企业不能完成第四层的责任，我们不会视之为不道德，但卡罗尔强调，4种社会责任是一个整体，不可偏废。其次，企业可以在伦理责任层次中引领社会制定新的规范，也可以在慈惠责任层次以新的方法，改善人的生活质素。

a. 经济责任

- ✧ 企业为社会提供一些合理价格的产品与服务，满足社会的需要。
- ✧ 处事方针以可增进利润为依归。
- ✧ 赚取最多的利润。
- ✧ 在市场上保持强劲的竞争能力。
- ✧ 保持高水平的营运效率。
- ✧ 致力成为一间既成功又长期赚取利润的企业

b. 法律责任

- ✧ 营运方式遵守管制商业活动的法律。
- ✧ 遵守各级政府订下的相关守则。
- ✧ 强调自己为守法的企业成员。
- ✧ 侧重于成为一间成功和勇于履行法律责任的企业。
- ✧ 提供合符最低法律要求的商品。

c. 伦理责任

- ✧ 做事方式侧重于配合社会的道德期望及伦理规范。
- ✧ 确认及尊重渐被社会接受的新伦理/道德规范。
- ✧ 毋须改变伦理法则来迁就企业的目标。
- ✧ 侧重于成为优秀的企业成员，照顾各持份者的利益，进行具道德或合伦理的活动。

d. 慈惠责任

- ✧ 做事方式侧重于配合社会上慈惠及慈善的期望。
- ✧ 支援艺术及文化的发展。
- ✧ 鼓励管理阶层及员工参与本身社区的义务及慈善活动。

- ◇ 寻找机会支援私立及公立的教育机构。
- ◇ 自愿支援各项有助提高社区「生活质素」的计划，成为对社会有正面贡献的优良企业公民(Corporate Citizen)。

III 个案讨论

美体小铺(The Body Shop)被认为是履行现代企业社会责任的先驱，创办人安妮塔·罗迪克(Anita Roddick)早在上世纪 80 年代开始，提倡多项价值：「使用天然物料来美颜，不使用动物来测试产品安全，简约，循环再用，公平贸易，保护发展中国家人权，保护政治犯人权，反对血汗工厂，环境保护，动物权益保护，成立基金推动社会发展等」。自 1996 年起，美体小铺每年出版价值观报告(Values Report)，成为现在流行的可持续发展报告的先驱。罗迪克认为，企业有能力和责任行善，企业本身应该也是行善的工具。她把企业的宣言定为「将我们的公司委身于追求社会和环境改革」，并身体力行，运用旗下的零售店和产品，向世界宣扬人权和环保的价值，获得广大重视相同价值的消费者共鸣，同时令她获得巨大的商业成就，成为亿万富豪。

美体小铺改变了社会对企业的观感，证明企业不一定被动地接受社会价值观的束缚，被动地完成伦理责任；相反，企业可以提倡新的价值，主动地完成伦理责任，大大推动社会改革，同时保持利润，持续发展。80 年代化妆业一直使用动物测试，但这个做法对动物非常残忍，罗迪克一直反对，主张弃用那个方式，并建议运用其他成本较高的测试方法。时至今日，欧盟规定超过 90% 的化妆业产品不可以使用动物测试。美体小铺的顾客除了喜欢其产品外，不少更支持并认同其信念和价值观。另外，该企业主张公平贸易，除了以公平价格收购原料以外，罗迪克更以基金支援，揭发世界各地血汗工厂的团体，渐渐改变世人的价值观。

在推动慈惠责任方面，美体小铺改变人使用化妆品的心态。现代化妆品业盛行把外貌等同美丽，该企业反其道而行，主张「深信美丽源自心灵，是生命的自然流露。藉着个性、自信及幽默感而流露出来」，把化妆品定性为健康产品，改变人的价值观，令消费者不再基于恐惧感消费，改善自我感觉，增加社会整体幸福感。

美体小铺的经营方式满足了卡罗尔 4 个层级的社会责任；尤其在第三及第四层的责任上，他们不断推动社会改革，提升消费者的道德意识，间接令其他企业也相应改变，把美体小铺提倡的变革，演变成现时大众遵从的规范。

罗迪克著名的演说：「有原则的贸易」(Trading With Principles) (节录)

怎样衡量企业的成就？让我们以企业能够为人类促进多少幸福来衡量，美体小铺是其中一间让社会来监察的企业，越来越多其他的企业也一起接受社会监察。

人类的幸福才是最重要的，才是最值得重视的，那是衡量一切商业成就的标准，以这个作为标准量度企业，可以为我们带来一场慈惠的革命。

最后，我们要紧记，作为消费者，我们团结起来就可以形成一股越来越大的影响力，推动社会改革，推动原本不愿增进人类幸福的企业改变。

IV 总结

企业的活动影响我们日常的生活。现今世界主要认为，企业应该负上各种不同的社会责任；同时，公民社会的道德意识也越来越敏锐，大家都相信，维持社会公义对达致社会整体的福祉是非常重要的。公民更敢于以行动来实践道德，例如以消费者的力量来抵制没有社会责任的企业；企业为了持续发展，必须主动地负上各种社会责任，甚至可以主导改革社会，开创先河。我们相信，当越来越多企业得以视社会的福祉为本身的福祉，社会就会变得更加幸福。



个案研究

饭钟钱

在 2011 年，香港实行最低工资制度，有连锁快餐店把月薪制员工午间休息用膳的时间从工作中扣除，即是不把用膳的时间纳入工作时间。此举被社会大众理解为「变相减薪」，引发全港传媒抨击，让连锁快餐店背负「无良雇主」的骂名，成为众矢之的，甚至有政党发起罢食行动。其后连锁快餐店管理层迅即终止那些扣减「饭钟钱」措施，并维持加薪决定。连锁快餐店主席在事件后召开记者招待会，向社会解释新措施令公司节省的成本不到当年利润的万分之八，实行新措施的目的，旨在建立一个合理的计算工资的制度，并非为了节省成本。他认为，最低工资的立法精神是用实际工时计算最低工资，法理上不应计算午膳时间，但他承认公司扣减「饭钟钱」的决定是没有政治智慧。有评论员认为，连锁快餐店的新措施虽然合法，但惟利是图，只顾及股东的利益，视企业本身由持股人专属，忽略了其他持份者的利益，因而招致社会抨击，破坏企业形象，大有机会令营业额下降，最终影响股东的利益，十分不智。其次，连锁快餐店规模庞大，企业的言行对社会影响巨大，「变相减薪」即使对企业本身影响不大，但衍生的示范作用，将影响社会其他企业的员工。



思考问题

1. 根据卡罗尔的企业社会责任概念，连锁快餐店管理层「扣饭钟」，能否完成 4 种责任？试举例说明。
2. 连锁快餐店主席自称没有政治智慧，试以卡罗尔企业社会责任概念来解释「没有政治智慧」的意思。
3. 满足伦理责任和慈惠责任是否会损害企业的利润，令企业不能满足经济责任？试以本个案为例，加解释。

在香港，有不少行业都进入寡头垄断的市场形态，例如超市、汽油供应、电力、电讯、地产、银行等行业。要提高利润，寡头垄断者毋须提高产品质量或生产效益，只须透过操控价格（协议价格）、收紧供应、独家分销协议、零售商价格协议、价格歧视、行贿等方法即可。